

ベトナム E コマース市場成長と競争激化

2025 年 2 月 26 日 作成

カテゴリ ベトナムビジネスマッチング・販路開拓 EC

ベトナム E コマース市場成長と競争激化

2024 年のベトナムの E コマース市場は、主要 5 サイト（Shopee、Lazada、TikTok Shop、Tiki、Sendo）で総売上 318,900 億 VND（前年比 37.36%増）、総取引数 3,421 百万点（50.76%増）と大きく成長した。しかし、取引を行った店舗数は前年比 20.25%減少し、165,000 店が市場を離れた。これは競争の激化により、小規模な販売者が撤退し、大手ブランドが市場シェアを拡大していることを示している。

2024 年には Shopee で新たに 31,500 の海外販売業者が参入し、国内販売業者との競争が一層厳しくなった。撤退した店舗の多くは、小規模で非効率的な運営を行っていたため、市場競争に適応できなかった。一方で、成功する企業は、明確なビジネス戦略と市場に適した商品展開を持ち、運営能力に優れている。

また、輸入品の取引も増加し、2024 年には 324.1 百万点が販売され、売上は 14,200 億 VND に達し、それぞれ前年比 37.9%、42.9%の増加となった。この成長の背景には、物流の改善による配送の迅速化、リスク低減、E コマース各社の返品・保証制度の強化がある。さらに、低コストで競争力のある海外ブランドの商品が市場での存在感を増している。

2024 年に最も売上を上げたカテゴリーは、美容、生活用品、女性向けファッションだったが、最も成長率が高かったのは食品・日用品で、前年比 76.3%増となった。これは、消費者がオンラインで日常品を購入する傾向が強まったことを示している。

トップ 10 ブランドのうち、唯一の国内ブランドは Vinamilk であり、その他はアメリカや中国など海外ブランドが占めた。今後、国内企業が市場で競争するためには、商品力の向上や価格戦略の最適化が不可欠である。

競争の激化する E コマース市場で成功するためには、企業は消費者ニーズの変化に迅速に対応し、マーケティングや販売戦略を最適化する必要がある。特に、大規模セールやプロモーションの機会を活かし、顧客体験を向上させることが市場での生き残りに不可欠となる。

以上